

Efektivitas Akun Sosial Media Tiktok Husein Basyaiban Sebagai Media Dakwah

The Effectiveness of Husein Basyaiban's Tiktok Social Media Account as a Da'wah Media

Farrah Nurus Syifa¹, Asep Gunawan², Tika Kartika³

¹Student of Islamic Broadcasting communications, IBN Khaldun University

²lecture of,IBN Khaldun University

³lecture of,IBN Khaldun University

Article Info:

Received: 17-12-2023

in revised form: 23-12-2023

Accepted: 04-04-2024

Available Online: 10-04-2024

Keywords:

Sosial Media, Tiktok,Media Dakwah, Efektivitas

Corresponding Author:

Opole University of Technology

(JSI_corresponding_author)

Institute of Processes and Products Innovation

ul. Ozimska 75, 45-370 Opole, Poland

phone: (+4877) 423-40-31

e-mail: jsi@univtech.eu

Abstract: *TikTok is a social media that is now very popular with Indonesian people, especially millennials. This is used as an opportunity for preachers to create preaching content according to their respective creativity. Not a few people use TikTok as a medium for preaching, one of them is Husein Basyaiban, he is one of the young people who uses social media Tiktok to preach. His account is called @kadamsidik00 which already has 6 million followers. Based on this, researchers conducted research entitled The Effectiveness of Husein Basyaiban's Tiktok Social Media Account as a Da'wah Media. This research aims to determine the effectiveness of Husein Basyaiban's Tiktok social media account as a da'wah medium. This research uses a descriptive qualitative method, where data collection is carried out by researchers through interviews, documentation and observation. The results of this research resulted in the finding that Husien Basyaiban's Tiktok social media account @kadamsidik00 has proven to be effective in becoming an example of a preaching media today.*

Abstrak: *TikTok adalah salah satu sosial media yang kini banyak digandrungi masyarakat Indonesia khususnya kaum milenial. Hal ini dijadikan sebuah peluang oleh para pendakwah untuk membuat konten dakwah sesuai dengan kreativitasnya masing-masing. Tidak sedikit orang yang menggunakan TikTok sebagai media dakwah, salah satunya adalah Husein Basyaiban, ia adalah salah satu pemuda yang memanfaatkan sosial media Tiktok untuk berdakwah. Akunnya yang bernama*

@kadamsidik00 yang sudah memiliki pengikut sebanyak 6 juta followers. Berdasarkan hal tersebut peneliti melakukan penelitian dengan judul Efektivitas Akun Sosial Media Tiktok Husein Basyaiban Sebagai Media Dakwah. Penelitian ini bertujuan untuk efektivitas akun sosial media Tiktok Husein Basyaiban sebagai media dakwah. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif

deksriptif, dimana pengumpulan data yang dilakukan peneliti yakni melalui wawancara, dokumentasi dan observasi. Hasil penelitian ini menghasilkan temuan bahwasannya akun sosial media Tiktok Husien Basyaiban @kadamsidik00 terbukti efektif untuk menjadi contoh media dakwah di masa kini.

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi dan media sosial telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang dakwah. Dakwah, sebagai upaya penyebaran nilai-nilai agama, juga ikut bertransformasi dengan memanfaatkan media sosial. Karena kepraktisan dan kemudahan penggunaannya, media sosial saat ini sangat diminati oleh berbagai kalangan, termasuk orang dewasa maupun anak-anak. Selain itu, kehadiran media sosial dapat mempercepat proses komunikasi manusia melalui sarana lisan, tulisan, audio, dan visual (Wahyuddin, 2020).

Kekhawatiran dan harapan akan lahirnya kehidupan baru yang lebih dinamis dan terbuka dipicu oleh pertumbuhan media sosial yang tak terbendung saat ini. Individu pesimis mengalami kecemasan karena mereka sadar akan efek negatif media yang sangat nyata. (Aniyah, 2018). Mampu mengubah dan mengganti kebiasaan yang telah berkembang dari waktu ke waktu dan dipertahankan selama beberapa generasi adalah salah satu efeknya. karena media banyak menyebarkan gaya hidup dan budaya baru yang beberapa di antaranya mungkin bertentangan dan akan merusak nilai dan tradisi masyarakat Indonesia. (Dudung, 2019).

Menurut Thobib Al-Asyhar, Ketua Pokja Siber MUI, ada enam dampak negatif media sosial terhadap literasi Islam. Pertama, kebiasaan membaca masyarakat menurun. Orang-orang kurang tertarik untuk membaca buku akibat maraknya media sosial. Mereka terlibat dalam lebih banyak permainan media sosial. Kedua, literasi Islam menjadi kurang efektif. Informasi yang dibagikan di media sosial, termasuk informasi Islami, mudah dipercaya. Mirisnya, informasi tersebut langsung disebarluaskan oleh masyarakat tanpa memverifikasi kebenaran informasi yang mereka terima dari media sosial. Ketiga, maraknya plagiarisme,” ujar Thobib saat acara Pelatihan *Technocontent*, Kamis (14/12) di Auditorium Indosat Jakarta. Keempat, banyak da'i yang lalai membaca. Informasi tentang agama merupakan salah satu dari sekian banyak jenis informasi yang dapat ditemukan di media sosial orang tidak mau membuka buku karena mereka bisa mendapatkan informasi yang mereka inginkan hanya dengan satu klik, padahal informasi tersebut tidak dapat dibuktikan validitasnya. Kelima, semakin langkanya bukti untuk mendukung pandangan agama tertentu. Mereka saling berdebat dan menegaskan bahwa paham keagamaan kelompok merekalah yang paling akurat di antara kedua kelompok tersebut. (Rochmat, 2018).

Keenam, penyebaran ekstremisme agama. Media sosial digunakan untuk menyebarkan keyakinan agama palsu dan ajaran radikalisme dan terorisme (Komunida, 2021). Bahkan ideologi-ideologi baru yang diperkenalkan oleh media berpotensi melemahkan sistem ajaran dan keyakinan agama Islam itu sendiri. karena anak muda di Indonesia saat ini menganut beberapa adat barat. Selain itu, fakta bahwa masyarakat Indonesia selalu menjadikan agama sebagai

sumber inspirasi, motivasi, dan etika sosial dalam kehidupannya memberikan reputasi sebagai bangsa yang religius. Oleh karena itu, paparan media sosial yang terbuka dikhawatirkan akan menjauhkan masyarakat dari nilai-nilai agama dan spiritual. (Dudung, 2019).

Melihat kondisi media sosial saat ini, sangat disayangkan jika kita tidak menggunakannya dengan benar. Akibatnya, banyak orang menggunakan media sosial untuk berbagai tujuan, termasuk dakwah. Sejak maraknya penggunaan media sosial, dakwah Islam semakin meningkat melalui media sosial. Di era digital saat ini, pemanfaatan media sosial untuk mengkomunikasikan dakwah merupakan cara yang kreatif dan efisien karena jangkauannya yang luas dan *audiens* yang luas (Rochmat, 2018).

Saat ini mayoritas masyarakat sangat tertarik untuk menyebarkan dakwah atau mendengarkan hal-hal yang berkaitan dengan dakwah melalui media sosial. Hal ini karena masyarakat tidak perlu lagi pergi ke majlis atau tempat dakwah untuk mendapatkan kajian atau ceramah agama, mereka tinggal membuka ponsel dan mencari video atau artikel dakwah yang dibutuhkan. Mereka sudah bisa melihat dan mendengarkan ceramah agama dari berbagai tokoh agama (Ahmad, 2020).

Dengan berkembangnya zaman maka lahirlah beberapa platform sosial media yang bisa digunakan untuk berbagai macam hal termasuk untuk berdakwah, dari banyak nya platform ada satu platform yang menarik perhatian peneliti ialah Tiktok. Tiktok adalah aplikasi jejaring sosial dan video musik yang lahir di Tiongkok. Aplikasi ini pertama kali diluncurkan pada September 2016 dan didirikan oleh Zhang Yiming. Aplikasi ini bukanlah media sosial baru di Indonesia karena dalam beberapa tahun terakhir, dari 2018 hingga 2019 Tiktok mulai mendapatkan pengakuan di Indonesia tetapi saat itu Tiktok telah menjadi aplikasi yang populer. Akibatnya, Tiktok diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan alasan Tiktok menghasilkan konten negatif khusus nya untuk anak-anak (Hasiholan, Pratami, & Umaimah W, 2020).

Aplikasi atau platform ini sangat amat disukai di kalangan Masyarakat terutama kalangan milenial pada zaman ini, karena penggunaan yang sangat mudah dan simpel. Banyak nya pemberitaan perihal betapa buruknya aplikasi ini terhadap sikap dan gaya hidup manusia di zaman ini menurut peneliti merupakan tantangan tersendiri bagi para pendakwah, karna tentunya para pendakwah harus mampu beradaptasi dengan teknologi yang semakin berkembang pada zamannya. Hal ini sebenarnya merupakan peluang bagi kita orang-orang muslim atau pendakwah untuk menebarkan kebaikan, kebenaran dan hal-hal positif lainnya atau bisa disebut juga dengan berdakwah dengan memanfaatkan sosial media Tiktok ini.

Pemanfaatan sosial media sebagai media berdakwah sudah di lakukan banyak pendakwah di seluruh dunia terutama di Indonesia. Salah satunya adalah Husain Basyaiban, beliau adalah generasi muda yang sudah memanfaatkan sosial media untuk berdakwah. Husain pada awalnya berdakwah di sosial media Instagram dan merambat ke Tiktok sampai saat ini, Husain pada akunnya yang bernama @kadamsidik00 beliau mempunyai pengikut pada akun Tiktoknya sebanyak 6.0 M dan 326.8 M like atau suka pada postingannya. Pada dasarnya seperti yang kita ketahui sosial media tiktok adalah media informasi atau pun komunikasi yang kebanyakan dari fiturnya ialah berupa vidio-vidio pendek, banyak dari artis-artis Tiktok atau bisa di sebut dengan Tiktokers membuat vidio-vidio yang

sedang trend seperti lucu-lucuan dan joget-joget, namun berbeda dengan Husein, beliau memilih untuk memanfaatkan sosial media Tiktok untuk berdakwah pada akunnya yang sampai saat ini masih aktif (Putri, 2022).

Husein selalu berdakwah dengan tema-tema yang sering terjadi, ia juga sering mengangkat isu-isu yang sedang trend khususnya pada kaum remaja, dengan pembawaan yang lembut dan santai membuat konten yang ia buat menjadi pesandakwah yang banyak di sukai oleh Masyarakat terutama dari kalangan anak remaja. Namun dari beberapa postingan vidio-vidio dakwah pada akun @kadamsidik00 tidak sedikit juga komentar-komentar yang mungkin kurang setuju dengan apa yang di sampaikan oleh Husein. Karna tidak bisa di pungkiri setiap manusia pasti mempunyai pemahaman yang berbeda-beda tentunya.

Maka dari itu penulis termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul “Efektivitas Akun Sosial Media Tiktok Husain Basyaiban sebagai Media Dakwah”. Hal ini didasarkan pada latar belakang yang diberikan di atas. untuk menentukan seberapa efektifkah akun sosial media tiktok ini untuk berdakwah khususnya di kalangan milenial.

METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini di laksanakan di Universitas IBN Khaldun Bogor, dengan waktu penelitian 3 (tiga) Bulan terhitung dari bulan Desember 2023 hingga bulan Febuari 2024. Data diambil dari mahasiswa aktif Universitas IBN Khaldun Bogor yang mengikuti akun sosial Media Tiktok Husein Basyaiban.

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 3 metode pengumpulan data yakni yang *pertama*, Observasi, Metode Observasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipatif, dimana peneliti mengamati apa yang dilakukan orang, mendengarkan aoa yang mereka katakan, dan berpartisipasi dalam kegiatan mereka. *Kedua* wawancara, dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur, yang dimana pertanyaan-pertanyan yang akan diberikan kepada narasumber akan di acak dan spesifik hanya berfokus kepada point-point utama saja. *Ketiga* dokumentasi, dalam teknik dokumentasi ini, peneliti memperoleh dalam bentuk foto bukti wawancara dengan para respondent.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis isi kualitatif, yang bersifat struktural atau sistematis tetapi tidak kaku. Di sini, terstruktur, atau sistematis, adalah keseluruhan analisis yang dilakukan melalui proses yang sistematis. Peneliti menggunakan model Miles dan Huberman sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan Data Merupakan data yang diperoleh dari buku, surat kabar dan wawancara. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan wawancara dan dokumentasi sebagai referensi dan penguat data ketika menganalisis hasil penelitian.

2. Reduksi Data

Pada Tahap ini peneliti mempersempit data atau merangkum dan mengorganisasikan data sesuai dengan fokus pencarian. Peneliti akan merangkum data dari wawancara dan referensi dari buku atau jurnal.

3. Penyajian Data

Penyajian data dapat berupa uraian singkat, grafik, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Yang paling banyak digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dalam bentuk teks naratif (Pratiwi, 2017).

4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Pada tahap ini, peneliti menarik kesimpulan dari data atau informasi yang diperoleh dari pengumpulan data. Menurut Miles dan Huberman dalam (Shidiq and Choiri 2019:46) merupakan penarikan kesimpulan awal yang di kemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat untuk mendukung tahap pengumpulan data selanjutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang di temukan pada tahap awal di dukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti Kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data Kembali, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas adalah kata yang berasal dari kata efektif yang memiliki pengertian yakni tercapainya keberhasilan dalam mencapai tujuan yang sebelumnya telah ditetapkan. Efektivitas selalu terkait dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang sesungguhnya dicapai. Efektivitas dapat dilihat dari berbagai sudut pandang (*view point*) dan dapat dinilai dengan berbagai cara dan mempunyai kaitan yang erat dengan efisiensi. Seperti yang dikemukakan oleh Gedeian dkk yang mendefinisikan efektivitas, sebagai berikut: *“That is, the greater the extent it which an organization’s goals are met or surpassed, the greater it’s effectiveness”* (Semakin besar pencapaian tujuan-tujuan organisasi semakin besar efektivitas) (Rahmawati & Zaini, 2021).

Seiring pesatnya teknologi jaringan seluler, berdasarkan Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII), pada 2022-2023 terdapat sekitar 215,63 juta pengguna internet di Indonesia. Jumlah ini diprediksi akan terus bertambah karena fasilitas yang disediakan internet begitu menggoda konsumennya untuk terus berselancar didunia maya. Dari fakta perkembangan pengguna internet tersebut, adakah upaya dari para da’l untuk memanfaatkan jejaring sosial media sebagai sarana dakwah?. Para da’l, ulama dan *muballigh* harus peka terhadap keadaan teknologi saatini, dan mampu menyiarkan *syiar* islam melalui pesan-pesan dakwah baik itu tulisan ataupun unggahan-unggahan di sosial media.

Pentingnya memanfaatkan internet untuk aktivitas dakwah juga mencuat dalam forum *The 8th General Conference of Islamic Call* yang di gelar di Tripoli, Libya pada tahun 2008. Para ulama, cendikiaawan dan tokoh muslim dari seantero dunia itu mendorong pemanfaatan internet sebagai media untuk berdakwah. Betapa tidak, sudah menjadi rahasia umum bila mana internet mampu menembus batas geografis dan ruang yang luas. Terlebih internet sudah menjadi bagian dari gaya hidup semua kalangan, tua mampu muda. Mereka sudah bergantung kepada internet. Inilah peluang besar yang bisa dimanfaatkan para da'l, *mubaligh* dan ulama sebagai media *syiar* islam yang saat ini lagi banyak digandrungi masyarakat (Dulwahab, 2010).

Dari bukti tersebut kita harus lebih peka terhadap kemajuan teknologi yang kini serba *instan*, begitu pula dengan konten-konten dakwah yang sudah banyak bermunculan di sosial media (Gunawan, 2022). Platform Tiktok adalah platform yang baru, maka dari itu belum banyak para da'l yang berdakwah pada platform tersebut. selain itu memang masih banyak kontrofersi terkait platfrom ini apalagi digunakan sebagai media dakwah, namun hal ini tidak mengecilkan niat-niat para da'l yang ingin terus membagikan ilmu-ilmunya kepada khalayak luas, salah satunya adalah Husein Basyaiban yang telah merambah di platform Tiktok sejak 2021. Konten-konten Dakwah yang diupload pada akun Tiktok @kadamsidik00 selalu membahas perihal hal-hal yang memang sering terjadi dalam kehidupan kita sehari-hari, khususnya yang dialami oleh para anak muda. Selain itu biasanya konten-konten dakwah yang dibuat seputar hal-hal yang sedang ramai diperbincangkan, Husein membahas hal itu dari sudut pandang agama islam, hadist-hadist ataupun ayat yang berkaitan kerap dilantumkan oleh Husein dalam kontennya.

Sampai hari ini (3 febuari 2024) *followers* (pengikut) akun Tiktok Husein Basyaiban yakni mencapai 6,1M *followers* (pengikut) yang dimana Sebagian bersar pengikutnya dalah para anak muda, maka dari itu kebanyakan konten Husein Basyaiban pada akun Tiktoknya menggunakan bahasa yang memang sering digunakan oleh para anak muda, selain itu cara penyampaian atau cara komunikasi yang digunakan Husein tidaklah membosankan. Dalam konten-konten dakwah nya ia senantiasa menyapaikan hal-hal yang memang ia pernah pelajari sebelumnya dari kitab-kitab kuning, hadist-hadist, ayat-ayat Al-Qur'an dan lain sebagainya, hal ini dilakukan oleh Husein agar apa yang disampaikan tidak terkesan mengada-ngada, apalagi ia akan unggah disosial media, yang dimana bukan 1 atau 100 orang saja yang menonton, pastinya akan ada pendapat-pendapat lain dari para pengikutnya yang mempertanyakan hal-hal yang baru bagi mereka, maka dari itu Husein juga selalu hati-hati dalam apa yang akan dia sampaikan pada konten dakwahnya.

Dakwah yang di sampaikan oleh Husein Basyaiban dalam akun Tiktoknya sangat lah berpengaruh kepada para *followers* (pengikut) nya, selain itu penyampaiannya yang kekinian dan menggunakan bahasa yang mudah di mengerti oleh para pengikutnya. Hal ini peneliti temukan dari hasil wawancara bersama sodari Aulia Salwa Afifah (*followers Husein mulai dari tahun 2020*) .Selain itu pembahasan pada konten Husein tidak lah menyinggung ajaran-ajaran islam lainnya, apa yang ia sampaikan bisa sangat diterima oleh banyak kalangan, hal ini disampaikan oleh Fauzan saat wawancara dengan peneliti.

Tidak heran bila mana materi-materi dakwah yang disampaikan oleh Husein pada akunnya sangat mudah ia kuasai tentunya karna latar belakang yang ia miliki,yang sudah mempelajari kitab-kitab dan pemahaman agama lainnya secara mendalam, selain itu juga Husein kerap aktif

dikalangan ulama yang dimana ia bisa bertanya langsung kepada para habib-habib dari negri arab, tak heran jika ia benar-benar faham dan menguasai segala materi yang ia bahas didalam kontennya.

Husein Basyaiban sangat aktif pada hal-hal yang sedang *tren* atau sedang ramai diperbincangkan di sosial media hususnya Tiktok, hal itu juga yang sering membuat konten-konten Husein *fyp (four your page)*, karena memang pada sosial media ia akan selalu menampilkan kan hal-hal yang memang sering kita butuhkan, kita like atau bahkan yang sedang ramai diperbincangkan, Husein selalu menyampaikan pendapatnya dari sudut pandang agama dan menggunakan bahasa – bahasa yang memang sering di gunakan anak muda, karena kebanyakan pengikut Husein pada akunnya ialah anak muda (milenial). Hal itu pula yang sering membuat konten-konten Husein ini mendapatkan *viewers* dan juga komentar yang tidak sedikit. Pada akun Tiktok Husein Basyaiban ia kerap mengelompokan konten-konten yang khusus membahas perihal wanita, hal itu sangat mempermudah pengikutnya untuk mencari konten apa yang sedang ingin didengar dan dilihat.

Husein biasanya akan mengedit vidio dakwahnya sekreatif mungkin agar menarik perhatian para pengguna Tiktok lain yang memang belum mengikuti akunnya, lalu setelah dirasa semua telah siap ia akan mengunggahnya pada akunnya, dari konten-konten yang Husein unggah pada akunnya menimbulkan dampak terhadap para pengikutnya. Seperti para pengikut Husein yang telah berhasil peneliti wawancara, kebanyakan dari mereka mengungkapkan bahwsannya ada perubahan pada dirinya setelah mengikuti dan melihat konten Husein Basyaiban pada akunnya di sosial media Tiktok.

Dampak yang dihasilkan dari kegiatan konten dakwah Husein Basyaiban tentunya dampak yang positif bagi kita, seperti menambahnya wawasan kita tentang agama, cara pandang sesuatu dari sudut pandang agama, perubahan yang cukup signifikan dan perubahan diri kearah yang lebih positif. Husein membuat konten-konten dakwahnya dengan sekreatif mungkin, tentunya agar konten-kontennya bisa lebih dilihat oleh banyak khalayak diluar sana, selain itu tentu target dakwah Husein adalah anak – anak milenial yang memang sedang masa pertimbangan atau banyak nya pertimbangan didalam kehidupannya, maka dari itu kebanyakan konten Husein yakni perihal kehidupan yang memang sering terjadi oleh para anak muda.

Dalam hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti saat terjun langsung kelapangan banyak dari para narasumber yang menyebutkan bahwasannya konten-konten dakwah yang dilakukan oleh Huseib Basyaiban sangatlah efektif, apalagi dijadikan salah satu contoh dakwah di sosial media masa kini.

Adanya konten-konten dakwah Husein Basyaiban tentunya membangkitkan kreativitas-kreativitas bagi para pendakwah untuk mengembangkan dakwah-dakwah agar lebih menarik. Konten dakwah yang menarik tentu sangat diminati oleh banyak orang khususnya kaum milenial, karna di zaman sekarang sosial media sudah menjadi prioritas atau bahkan kebiasaan di setiapharinya bagi mereka. Jika kita tidak memanfaatkan *platform* masa kini yang sangat mudah dijangkau oleh banyak orang, nantinya dunia gadget hanya berdampak *negative* saja bagi kita, orang tua kita atau penerus-penerus bangsa. Bila kita tidak mengembangkan dakwah sesuai dengan pada zaman nya maka dimasa depan nantinya dakwah akan pudar termakan oleh

keadaan zaman. Maka dari itu sangat diperlukannya pendakwah-pendakwah yang senantiasa berdakwah di sosial media.

Sama halnya seperti yang disampaikan oleh Sarah pada wawancaranya, ia sangat lah tertarik untuk berdakwah di sosial media, dan membagikan ilmu yang telah ia dapat ke khalayak luas. Para penerus bangsa harus terus berdakwah dengan menyesuaikan pada zamannya, menyebarkan kebaikan, menyebarkan ajaran-ajaran Allah dan meluruskan hal-hal yang seringkali diperdebatkan, karna jika bukan dari kita lalu siapa lagi, mari berdakwah.

Sama seperti apa yang telah peneliti sampaikan diatas pada pengertian efektivitas itu sendiri yakni dimana adanya pengaruh terhadap seseorang dari apa yang telah ia dengar dan lakukan, maka dari itu konten-konten dakwah yang dilakukan oleh Husein Basyaiban terbilang efektif karna adanya pengaruh atau dampak terhadap para pengikutnya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan pada penelitian tentang Efektivitas Sosial Media Husein Basyaiban Sebagai Media Dakwah dapat di tarik kesimpulan yakni, Penelitian ini membuktikan adanya efek terhadap para pengikut akun Tiktok Husein Basyaiban yakni, adanya perubahan positif setelah menonton banyak nya vidio yang di unggah, konten-konten yang diunggah oleh Husein Basyaiban berhasil membantu para pengikutnya untuk selalu *istiqamah* dalam perjalanan hijrahnya. Selain itu konten Husein Basyaiban pada akun Tiktoknya berguna bagi para pengguna sosial media khususnya Tiktok yang memang ingin mendengarkan dakwah, atau membutuhkan siraman rohani tanpa harus berpergian keluar rumah, konten dakwah yang dibuat Husein juga singkat padat dan jelas jadi para pengguna Tiktok tidak bosan ketika Husein sedang menjelaskan suatu hal dan membuahkan daya tarik tersendiri atau unik bagi para pengguna Tiktok.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih hanya disampaikan kepada pihak yang pantas: pemberi dana (sponsor), penyumbang bahan, dan sarana penelitian. Jika karya ilmiah bersumber dari hibah penelitian dari sponsor, tulis juga nomor kontraknya. Semua nama yang tercantum sudah dikonfirmasi dan bersedia untuk dicantumkan dan dipublikasikan.

DAFTAR PUSTAKA

Aniyah, N. (2018). *pendidikan islam*. Diambil kembali dari jurnal pendidikan islam:
<https://www.ojs.pps-ibrahimy.ac.id/index.php/jpii/article/view/76>

- Dudung, A. R. (2019). KOMUNIKASI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung*, 121-133.
- Dulwahab. (2010). Dakwah di Era Konvergensi Media. *Academic Journal for Homiletic Studies*, 19-34.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum, I*, 1412-1271.
- Gunawan, A. (2022). *Refleksi Kopi Antik*. Bandung: Widina Bhakti.
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Umaimah W. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 70–80.
- Lexy J, & Moleong. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya .
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal ilmiah dinamika sosial*, 212.
- Putri, v. m. (2022, januari 1). *Ini Aplikasi Terpopuler Tahun 2021, Diunduh 656 Juta Kali!* Diambil kembali dari inet.com:
<https://inet.detik.com/mobile-apps/d-5880165/ini-aplikasi-terpopuler-tahun-2021-diunduh-656-juta-kali>
- Rahmawati, D., & Zaini, A. (2021). Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Di EraMedia Baru. *Di Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyuaran Islam*, 2338-8544.
- Rochmat. (2018, desember 14). *Enam Efek Negatif Media Sosial terhadap Literasi Keislaman, Apa Saja?* Diambil kembali dari nu.or.id:
<https://www.nu.or.id/nasional/enam-efek-negatif-media-sosial-terhadap-literasi-keislaman-apa-saja-ZX1Vo>
- Wahyuddin. (2020, july). *Menakar Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial*. Diambil kembali dari researchgate:
https://www.researchgate.net/publication/343219161_Menakar_Efektivitas_Dakwah_Melalui_Media_Sosial_Wahyuddin_Menakar_Efektivitas_Dakwah_Melalui_Media_Sosial